

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rozikan S.E.I., M.S.I
NIK : 19870304201507113 051

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Aprilia Kartikasari
NPM : 20140730027
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Naskah Ringkas : Analisis Strategi Pemasaran Berbasis Syariah
Di Wisma Nendra Hotel Syariah Dengan
Pendekatan Marketing Mix

Hasil Tes Turnitin* : 7%

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 28 Maret 2019

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi,



(Dr. Mas Syarah, M.A)

(Rozikan, S.E.I., M.S.I)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.

ANALISIS PEMASARAN BERBASIS SYARIAH DI WISMA NENDRA HOTEL SYARIAH DENGAN MARKETING MIX

AN ANALYSIS ON SHARIA BASED MARKETING STRATEGY OF SHARIA HOTEL OF WISMA NENDRA WITH MARKETING MIX APPROACH

Oleh:

Aprilia Kartikasari

Dosen Pembimbing Skripsi:

Rozikan, S.E.I., M.S.I

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan. Lingkar Selatan Tamantirto Kasihan
Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta, 55183*

[*apriliakartika3004@gmail.com*](mailto:apriliakartika3004@gmail.com)

[*rozikan@fai.umy.ac.id*](mailto:rozikan@fai.umy.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan mengkaji bagaimana aktifitas pemasaran pada Wisma Nendra Hotel Syariah dalam penggunaan pendekatan *marketing mix* dan mengetahui apa penyebab dari turunnya perekonomian dari tahun ke tahun semenjak hotel ini dirubah menjadi berbasis syariah, apakah hotel ini dalam menjalankan bisnis sudah sesuai dengan variabel *marketing mix*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pengambilan sampel adalah Manajer dan karyawan pada Wisma Nendra Hotel Syariah yang akan diwawancarai secara terstruktur dengan pertanyaan yang sama, setelah mendapatkan data yang didapat, data tersebut kemudian di klarifikasi atau dipilih yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya, data yang telah di klarifikasi akan di lakukan penelaahan dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan, kemudian data tersebut diberikan penjelasan dan diuraikan secara verbal berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang mempengaruhi penurunan pada Wisma Nendra Hotel Syariah adalah kurangnya mempromosikan produk yang kurang dilakukan oleh hotel tersebut. Wisma Nendra Hotel Syariah ini melakukan promosi melalui sosial media Whatsapp dan Facebook. Pada hotel ini tidak bergabung dengan akun website booking hotel yang pada saat ini banyak yang digunakan dan dipakai oleh masyarakat karena mempermudah mendapatkan penginapan yang diinginkan. Kecilnya lahan parkir pada hotel ini termasuk salah satu yang mempengaruhi kurangnya minat konsumen.

Kata Kunci : Hotel Syariah, Marketing Mix, Wisma Nendra

Abstract

This research aims at finding out and studying on how the marketing activity in Sharia Hotel of *Wisma Nendra* in using marketing mix approach is, and discovering what the cause of the decline of the economy year by year since the hotel was changed into sharia based is, whether this hotel has been in accordance with marketing mix variable in running the business.

The research was descriptive qualitative in nature with the sample collection of the manager and staffs in Sharia Hotel of *Wisma Nendra* who would be interviewed structurally with the same questions. After getting the data, they would be clarified or selected which one that can be reference to the next research. The data that have been clarified would get analysis and truth examination as well as improvement if there is a mistake. Then, the data would be given with explanation and elaboration verbally based on logical thinking as well as argument and the conclusion could be drawn.

The result of the research shows that the lack of promoting the product of the hotel influences the decrease of Sharia Hotel of *Wisma Nendra*. It can do promotion through social media of Whatsapp and Facebook. Besides, this hotel does not join website accounts of hotel booking that nowadays have been used by many people because the accounts enable them to get inns that they want. The small parking area in the hotel is also one of the things that influences the low interest of the consumers.

Keywords : Sharia Hotel, Marketing Mix, Wisma Nendra

PENDAHULUAN

Salah satu industri pariwisata yang sangat berperan dalam perekonomian di Indonesia adalah hotel. Peran hotel dalam industri pariwisata sangatlah penting. Tanpa adanya akomodasi hotel yang memadai di daerah tersebut maka industri pariwisata akan mengalami kesulitan dalam perkembangannya. Wisatawan akan lebih tertarik ke tempat wisata yang disekitarnya terdapat beberapa hotel atau penginapan terutama wisatawan dari luar daerah, dikarenakan mereka bisa beristirahat beberapa hari jika waktu berlibur mereka yang cukup lama. Perkembangan hotel di Yogyakarta ini sudah sangat banyak, hampir di sekitar tempat pariwisata sudah berdiri hotel atau wisma yang baru muncul atau sudah lama. Adanya akomodasi hotel di Yogyakarta ini tentu menghasilkan pendapatan yang luar biasa, karena semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata, semakin banyak pula para wisatawan yang beristirahat untuk menginap di hotel atau wisma tersebut. Di kota Yogyakarta semakin banyak hotel yang bermunculan. Dari beberapa hotel yang ada di Yogyakarta saat ini tidak semua hotel sudah berbintang, masih banyak hotel yang non bintang, dari mulai hotel yang berlandaskan konvensional dan hotel yang berlandaskan syariah, termasuk Wisma Nendra Hotel Syariah.

Wisma Nendra Hotel Syariah ini awalnya berdiri pada tahun 1978 dengan berlandaskan hotel konvensional dengan nama Wisma Nendra, kemudian dirubah menjadi hotel berbasis syariah pada tahun 2015 dan berganti nama menjadi Wisma Nendra Hotel

Syariah. Lokasi Wisma Nendra Hotel Syariah beralamat di Jln.Dagen No.50, Sosromeduran, Gedong Tengen, Yogyakarta. Wisma Nendra Hotel Syariah adalah hotel yang pertama kali berdiri di Jln.Dagen tetapi masih berlandaskan konvensional pada tahun 1978 sampai tahun 2015. Wisma Nendra Hotel Syariah pada waktu awal berdiri, hotel ini sangat ramai dikunjungi oleh para wisatawan disekitar Malioboro dikarenakan lokasi yang strategis tepatnya di pusat kota Yogyakarta. Semakin banyaknya persaingan dari tahun ke tahun dan semenjak dirubah menjadi hotel yang berlandaskan syariah, hotel ini menjadi jarang dikunjungi oleh wisatawan, karena sudah banyak hotel yang muncul di Yogyakarta terutama di sekitar wisata Malioboro tepatnya di Jln.Dagen, Sosromeduran. Berkembangnya zaman, mulai banyak dan berdirinya hotel baru dengan kelasnya yang berbintang di sekitar Jln.Dagen Sosromeduran dengan penampilan atau bentuk bangunan yang modern dan fasilitas yang lengkap sangat menarik para wisatawan yang berkunjung. Hal itu merupakan salah satu faktor penyebab Wisma Nendra Hotel Syariah mengalami penurunan pada perekonomiannya. Dengan ini, pada rumusan masalah bagaimana aktivitas pemasaran pada Wisma Nendra Hotel Syariah dalam penggunaan *marketing mix*? Dengan tujuan untuk mengungkapkan dan mengkaji bagaimana aktifitas pemasaran pada Wisma Nendra Hotel Syariah dengan menggunakan pendekatan *marketing mix*.

Kajian Penelitian Terdahulu

Menurut hasil penelitian dalam jurnal Safitri Noor Rahmania (2016) menunjukkan bahwa menganalisis berapa besar tingkat penerapan dan pengaruh strategi pemasaran dalam pendekatan diferensiasi produk untuk meningkatkan occupancy Hotel Aziza Solo. Menurut hasil penelitian dalam jurnal Widyarini (2013) ingin melihat hotel syariah berdasarkan produk dan pemasaran. Kriteria penelitian ini adalah Al Qur'an dan Al Hadist, karena belum ada fatwa MUI. Tiga hotel syariah di Yogyakarta diambil sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hotel syariah yang memiliki sertifikat halal dari MUI. Menurut hasil penelitian dalam jurnal Ismayanti menunjukkan bahwa menuturkan pemecahan masalah yang berdasarkan data-data dan keterangan akurat mengenai pengelolaan hotel Al-Badar Syariah di kota Makassar. Sedangkan Hayatul Mardiyah dalam penelitian jurnalnya (2015) menunjukkan mengidentifikasi dan menganalisis strategi bersaing Hotel Pangeran Pekanbaru.

Landasan Teori

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebuah variabel yang didalamnya terdapat komponen-komponen yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang dapat dikendalikan oleh manajer perusahaan untuk menjalankan strategi pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan dipasaran.¹

Product (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau

¹ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2001, hal. 71-21.

kebutuhan.² Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hotel berbasis syariah yang didalamnya terdapat beberapa fasilitas yang disajikan untuk memuaskan konsumen dan menarik konsumen untuk memilih hotel tersebut. Fasilitas yang lengkap dan menarik otomatis akan mempengaruhi minat konsumen.

Price (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas beberapa produk atau manfaat yang didapatkan atau digunakan.³ Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga yang sesuai standar pasaran. Harga tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Hotel yang kelasnya sama atau setara tentu memiliki harga yang sesuai, tidak boleh untuk melebihi harga pasaran.

Place (Tempat)

Tempat adalah suatu kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis yang dapat memudahkan untuk tercapainya suatu tujuan. Lokasi yang strategis bagi para pengusaha hotel merupakan peluang bisnis yang sangat bagus, sehingga berpotensi untuk mendapatkan keuntungan.⁴ Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi minat konsumen karena lokasi yang mudah dijangkau, apalagi lokasi yang berada dipusat kota dan sangat dekat dengan tempat wisata sangat mempengaruhi konsumen dan akan banyak konsumen yang tertarik dan menginap.

Promotion (Promosi)

Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.⁵ Promosi dalam penelitian ini adalah dengan cara menawarkan ke konsumen secara langsung atau melalui sosial media (instagram, wa, web, line, facebook, BBM, dll). Selain sosial media juga bisa bekerjasama dengan akun website seperti, wonderful indonesia, traveloka, airy, travel indonesia atau bisnis travel di Yogyakarta. Cara lain adalah dengan cara media offline yaitu menyebar brosur saat ada acara event atau menempel pamflet di sepanjang jalan.

People of Participant (Orang yang Berpartisipasi)

People of participant dalam hotel ini adalah semua karyawan yang ada di Wisma Nendra Hotel Syariah ini yang ikut serta memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan murah senyum agar konsumen merasa nyaman dan puas. Dengan pelayanan yang baik dan sopan akan banyak konsumen yang merasa dihargai karena tamu adalah raja, jika pelayanan tidak bagus maka tamu akan merasa tidak puas dan merasa kecewa.

Process (Proses)

Proses adalah gabungan semua kegiatan atau aktifitas yang sesuai prosedur yang sudah ditentukan oleh pemimpin perusahaan. Peraturan yang sudah dibuat dan disetujui tidak diperbolehkan untuk dilanggar. Proses merupakan langkah bagi konsumen yang ingin melakukan sebuah transaksi yang diinginkan.

² Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of Marketing 7e)*, Jakarta: Prenhallindo. 1997, hal. 274.

³ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga. 2001, hal. 439.

⁴ Widyarini, *Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta*, *Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga*, Vol. VIII, No. 1, 2013, hal. 1-12.

⁵ *Ibid.*, hal. 145.

Physical Evidence (Bentuk Fisik)

Bentuk fisik adalah suatu bangunan yang menjadi salah satu alasan daya tarik minat masyarakat untuk dapat menginap di Wisma Nendra Hotel Syariah ini. Dengan bangunan yang unik dan modern akan mendapatkan banyak pengunjung yang menginap di Hotel. Kebanyakan masyarakat yang hanya baru melihat dari luarnya saja sudah terlihat menarik, itu artinya bangunan pada Hotel atau hiasan yang ada diluar Hotel sangat mempengaruhi minat masyarakat. Jadi, bukan hanya pelayanan, fasilitas, dan harganya saja yang diutamakan untuk menarik minat masyarakat, tetapi bangunan, ornament, hiasan, yang Nampak dari luar sangat perlu diperhatikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Hal ini didasarkan kepada rumusan-rumusan yang muncul dalam penelitian ini yang menuntut peneliti untuk melakukan berbagai aktivitas eksplorasi dalam rangka memahami dan menjelaskan masalah-masalah yang menjadi fokus masalah penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling mengetahui informasi apa yang kita butuhkan.

Metode Penyajian Data

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara dan yang menghasilkan data yakni responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan pewawancara.⁶

2. Penggunaan Dokumen

Dokumen adalah catatan sebuah peristiwa yang terjadi pada masa lalu. Dokumen dapat terwujud dalam beberapa bentuk, seperti gambar, tulisan atau karya moment dari seseorang. Penggunaan dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara pada penelitian kualitatif. Hasil penelitian dari wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya apabila didukung oleh foto, karya tulis atau seni yang telah ada.⁷

Teknis Analisis Data

1. Mengumpulkan data, yaitu data yang diperoleh dari wawancara, dan dokumentasi.
2. Mengklarifikasi data, yaitu langkah ini digunakan untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Mengklarifikasi data dapat dikelompokkan dengan hasil wawancara dan studi dokumentasi.
3. Pengeditan data, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan sehingga mempermudah proses penelitian lebih lanjut.

⁶ Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010, hal. 2.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. 2012, hal. 329.

4. Menyajikan data, yaitu data yang telah ada dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.⁸

Triangulasi Metode

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber yaitu penulis mendapatkan data atau informasi dari orang yang berbeda-beda dengan menggunakan teknik yang sama,⁹ seperti Manajer dan keempat (4) karyawan pada Wisma Nendra Hotel Syariah. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara terstruktur kemudian teknik tersebut digunakan pada sumber yang berbeda-beda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 1978 Wisma Nendra ini adalah Wisma yang berlandaskan konvensional yang beralamat di Jln.Dagen No.50, Sosromeduran, Gedong Tengen, Yogyakarta. Wisma Nendra ini awalnya dimiliki oleh Pak Soejadi Hardjosekarto yang kemudian wafat pada tahun 1981, kemudian Wisma Nendra ini dikelola sang istri dan wafat pada tahun 2001. Wisma Nendra Hotel Syariah ini kemudian diwariskan kepada salah satu putrinya bernama Ibu Ari Astuti pada tahun 2002.

Wisma Nendra ini pada tahun 2015 dirubah dengan berlandaskan syariah dan berganti nama menjadi Wisma Nendra Hotel Syariah. Menurut pemilik Wisma Nendra Hotel Syariah ini, dengan dirubahnya ke syariah akan menghasilkan penghasilan secara halal tanpa melanggar aturan ajaran agama Islam, seperti contohnya, mengizinkan atau memperbolehkan laki-laki dan perempuan yang belum menikah dalam satu kamar, sedangkan dalam ajaran agama Islam hanya diperbolehkan yang sudah sah menjadi sepasang suami istri atau yang punya aliran darah misalnya, saudara kandung, atau saudara sepupu.

1. Produk pada Wisma Nendra Hotel Syariah

a. Fasilitas

1) Ruang *Receptionis*

Pada ruang *receptionis* yang ada pada Wisma ini, letaknya ada didepan pintu masuk, dengan meja kayu yang diukir. Di ruang *receptionis* ini terdapat beberapa tulisan peringatan, seperti menolak segala perbuatan yang melanggar norma agama dan asusila, barang siapa menginap dan tidur tidak dengan muhrimnya melanggar pasal 234 KUHP diancam hukuman penjara 9 (sembilan) bulan, pasangan suami istri sah/muhrim yang bisa diterima di Wisma Nendra Hotel Syariah. Selain tulisan peringatan, juga terdapat beberapa tulisan pengumuman, daftar harga setiap ruangan, Wifi Area, buku tamu, formulir tamu yang menginap, dan kwitansi.

2) Ruang Tamu

Ruang tamu yang ada di Wisma Nendra Hotel Syariah ini letaknya di depan ruang *receptionis* dengan bangku kayu dan ukiran klasiknya. Pada ruang tamu ini setiap dinding yang disebelah timur dan selatan menggunakan kaca yang tampak dari luar (depan) dan ditutup dengan korden, sedangkan dinding sebelah barat

⁸ Ismayanti, *Analisis Pengelolaan Hotel Al-Badar di Kota Makasar*

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. 2012, hal. 241-242.

menggunakan kayu dan ada beberapa hiasan seperti vas bunga dan lukisan dinding. Di ruang tamu, lantai sudah menggunakan keramik, jadi terlihat bersih. Di setiap sudut ruangan pada Wisma Nendra ini juga terdapat beberapa CCTV 24 jam. Selain ruang tamu, ada juga ruang tengah/ruang keluarga. Menuju ke ruang tengah ini meliwati gapura yang dihiasi dengan ukiran kayu dengan bertuliskan Yogyakarta Berhati Nyaman.

3) Ruang Tengah

Ruang tengah ini letaknya berada di tengah-tengah setiap kamar, dekat dengan mushola dan dapur. Di ruang tengah ini terdapat beberapa ornamen patung sepasang mantan, hiasan kaca dan vas bunga, dan ada beberapa tiang yang berbentuk kayu, suasananya terlihat ngap karena kurangnya cahaya yang masuk ke dalam Wisma karena tempatnya yang berada ditengah dan dikelilingi oleh ruangan kamar-kamar. Pada ruang tengah, untuk tempat duduk kursi dan meja memakai kayu terdapat empat kursi dan satu meja dan lantainya masih menggunakan tegel. Di ruang tengah juga terdapat tangga yang menuju ke lantai dua dan lantai 3. Di tangga tersebut masih menggunakan tegel dan kayu.

4) Mushola

Mushola pada Wisma ini memiliki ruangan yang ukurannya standar cukup untuk sholat berjama'ah, tapi suasana di mushola ini terlihat ngap kurangnya udara dan cahaya yang masuk, dan alas untuk sholat terlihat kotor. Di atap atas juga terdapat tulisan kiblat untuk petunjuk arah agar pengunjung tidak salah arah kiblatnya. Di mushola ini juga terdapat tempat wudhu dengan satu kran yang cukup bersih dan rapi.

5) Kamar Tidur

Kamar pada Wisma Nendra ini ada 17 (tujuh belas) kamar dan memiliki tiga tipe, yaitu Super Room, Duluxe Room, dan Family Room. Super Room dan Duluxe Room ini fasilitas dan ruangnya sama, hanya namanya saja yang dibedakan, yang beda adalah Family Room. Family Room lebih besar dan biasanya digunakan untuk satu keluarga sekaligus. Fasilitas setiap kamar yang terdapat di Wisma Nendra ini semuanya sama, yang membedakan adalah tempat tidur, tempat tidur ada yang satu besar, ada juga yang kecil dua setiap kamarnya. Di setiap kamar juga terdapat TV dan AC yang menempel di dinding ruangan. Selain itu juga terdapat sajadah dan Al-Qur'an yang diletakkan di meja dekat TV. Ada kamar mandi dalam lengkap dengan air panas dan *shower*. Di setiap ruangan juga tersedia meja, kursi, kaca, arah kiblat, dan dilengkapi dengan lukisan di setiap dindingnya. Pintu kamar Super Room dan Duluxe Room menggunakan ukiran kayu, sedangkan Family Room menggunakan kaca. Dinding pada Family Room, terdapat satu sisi dinding yang menggunakan keramik.

6) Dapur

Wisma Nendra Hotel Syariah ini terdapat dapur kecil yang letaknya ada disebelah timur mushola dan disebelah pojok Family Room. Pada dapur ini hanya khusus karyawan saja yang boleh masuk. Peralatan masak yang ada di dapur ini terlihat berantakan, kotor, dan kumuh. Didepan pintu dapur terdapat sebuah meja dan kaca yang menggunakan ukiran kayu yang diatas meja terdapat ornamen patung sepasang mantan yang terlihat kotor dan sudah sangat lama.

7) Lahan Parkir

Lahan parkir pada Wisma Nendra ini letaknya ada di halaman depan Wisma yang mepet dengan bibir jalan. Tempat parkir pada Wisma ini sangat minim, hanya cukup beberapa kendaraan saja, misalnya hanya cukup dengan empat sampai lima kendaraan roda empat atau kurang lebih sepuluh kendaraan roda dua jika ditata dengan rapi. Jadi jika ada wisatawan yang ingin menginap dan menggunakan bus, bus tersebut tidak ada lahan untuk parkir, jadi tidak pernah ada rombongan wisatawan yang menginap di Wisma tersebut karena keterbatasan lahan parkir.

2. Strategi Penetapan Harga pada Wisma Nendra Hotel Syariah

a. Harga

Setiap tempat penginapan Wisma atau Hotel akan memiliki harga yang berbeda-beda dan fasilitas yang berbeda-beda. Jika harganya tinggi, maka fasilitas yang didapat akan cukup, lengkap dan bisa dikatakan bagus. Jika harganya murah, maka fasilitas yang akan didapat hanya seadanya. Wisma Nendra Hotel Syariah ini kelasnya masih melati satu. Jika dibandingkan dengan Wisma lainnya yang sama-sama masih melati satu, maka Wisma Nendra ini bisa dikatakan baik, dengan fasilitas yang bisa dikatakan lengkap dan harga yang standar.

Tabel 1.

Daftar Harga Wisma Nendra Hotel Syariah hari Senin – Jum'at

Type	Harga
Super Room (Lantai 3)	Rp 200.000
Deluxe Room (Lantai 1 dan 2)	Rp 250.000
Family Room 1 (Kamar 105)	Rp 350.000
Family Room 2 (Kamar 208)	Rp 350.000
Extra Bed	Rp 100.000

Tabel 2.

Daftar Harga Wisma Nendra Hotel Syariah hari Sabtu – Minggu dan Hari Libur

Type	Harga
Super Room (Lantai 3)	Rp 250.000
Deluxe Room (Lantai 1 dan 2)	Rp 300.000
Family Room 1 (Kamar 105)	Rp 400.000
Family Room 2 (Kamar 208)	Rp 400.000

b. Kerjasama Dengan Lembaga Keuangan Syariah

Pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pada Wisma Nendra ini belum menggunakan atau bekerjasama dengan lembaga lain yang berlandaskan syariah, seperti ATM. Bagi konsumen yang melakukan *reservasi* dan melakukan pembayaran melalui transfer, maka masih menggunakan ATM bank konvensional. Bagian keuangan pengelola Wisma Nendra Hotel Syariah ini langsung diatasi oleh pemiliknya yaitu Ibu Astuti. Semua data atau informasi yang tau hanya Ibu Astuti sebagai pemilik Wisma Nendra ini. Semua karyawan yang bekerja di Wisma Nendra hanya melayani dan menjalankan tugasnya di Wisma tersebut.

c. Manisemen Pembayaran

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa peraturan dari Wisma Nendra Hotel Syariah ini tidak mengizinkan untuk memberikan kwitansi kosong kepada setiap pengunjung, kwitansi yang diberikan harus sudah diisi oleh karyawan yang bertugas, dikhawatirkan kwitansi tersebut disalah gunakan, misalnya dirubahnya harga dari harga Rp 250.000 menjadi Rp 300.000 atau bisa naik lagi tanpa sepengetahuan karyawan atau manajer Wisma Nendra.

3. Lokasi pada Wisma Nendra Hotel Syariah

a. Strategis

Lokasi Wisma Nendra ini memang sangat strategis, karena lokasinya berada di kawasan wisata Malioboro yang dimana setiap harinya selalu ramai dengan para pengunjung apalagi saat hari libur. Kawasan Malioboro sangat terkenal oleh para wisatawan dalam negeri ataupun luar, karena kawasan Malioboro ini terletak di pusat kota dan menjadi salah satu tempat destinasi bagi wisatawan atau *toeris* berbelanja membeli oleh-oleh dengan harga yang cukup terjangkau, jadi tidak heran jika ke Malioboro setiap harinya selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan luar Jogja ataupun wisatawan asing. Di sekitar kawasan Malioboro juga terdapat banyak tempat penginapan hotel atau wisma yang menjadi tempat utama untuk para wisatawan untuk beristirahat dan berlibur ke Yogyakarta.

Akses menuju Wisma Nendra Hotel Syariah ini sangat mudah bisa menggunakan kendaraan roda dua dan roda empat. Jika pengunjung tidak membawa kendaraan pribadi, di sekitar Wisma Nendra tersebut banyak becak, andong, ojek, dan taksi yang selalu *stay* di area tersebut untuk mengantarkan para pengunjungnya berlibur. Para konsumen jika ingin makan atau nongkrong bersama keluarga atau teman-temannya bisa, disebelah barat Wisma Nendra terdapat warung makan dan warung kopi yang nyaman untuk besantai. Jika pengunjung ingin berbelanja busana atau makanan, disebelah timur Wisma Nendra ada toko pembelian oleh-oleh atau bisa langsung ke kawasan Malioboro yang terkenal dengan pusat perbelanjaan di Jogja yang murah dan banyak pilihannya.

4. Strategi Yang Diterapkan untuk Mempromosikan Wisma Nendra Hotel Syariah

a. Sosial Media

Cara mempromosikan lewat sosial media seperti itu adalah cara untuk menawarkan dan memperkenalkan Wisma Nendra yang berlokasi di kawasan Malioboro. Wisma Nendra Hotel Syariah ini tidak bekerja sama dengan website traveloka, bli-bli.com, pegi-peggi dan akun website lainnya, karena pajak yang harus dibayarkan besar kisaran 3-4juta/bulan dan tidak setara dengan pendapatan pada Wisma Nendra Hotel Syariah.

a. Brosur, Pamflet, Banner

Pernyataan diatas dapat diketahui bahwa memang tidak adanya promosi dalam bentuk *hardfile* sama sekali, hanya mengandalkan media sosial whatsapp dan facebook, karena dirasa sudah cukup menggunakan media sosial dan lokasi Wisma Nendra yang berada di kawasan Malioboro, jadi para pengunjung bisa langsung menuju ke Wisma Nendra jika ingin menginap.

b. Dari Mulut ke Mulut

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, strategi yang dilakukan oleh Wisma Nendra Hotel Syariah ini adalah dengan cara bekerja sama dengan para sopir taksi, becak, andong, dan ojek. Para sopir tersebut diberi tip atau uang lelah karena sudah mencarikan dan mengantar konsumen untuk menginap di Wisma Nendra.

5. Kriteria Karyawan pada Wisma Nendra Hotel Syariah

a. Persyaratan Bagi Karyawan

Syarat untuk menjadi karyawan pada Wisma Nendra Hotel Syariah ini tidak ada kriteria khusus, hanya mengandalkan orang-orang yang mau bekerja keras, ulet, dan ramah. Karyawan pada Wisma Nendra ini mereka sudah bekerja sejak awal mula Wisma ini dibangun.

b. Training/Pelatihan

Pada Wisma Nendra Hotel Syariah ini tidak adanya training ataupun persyaratan untuk menjadi karyawan.

c. Pelayanan

Melayani tamu adalah tugas para karyawan Hotel, yaitu membuat nyaman dan puas para pengunjungnya, jika para pengunjungnya itu merasa puas maka dengan senang hati suatu saat nanti akan kembali menginap di Wisma tersebut, jadi pelayanan bagi para pengunjung adalah tugas para karyawan Hotel. Pelayanan yang baik adalah dengan cara yang ramah, dengan bahasa dan sikap yang sopan, cekatan jika ada yang meminta bantuan, sabar, bekerjakeras, dan selalu mengucapkan salam jika ada pengujung yang datang ataupun pergi. Pelayanan pada Wisma Nendra Hotel Syariah ini sudah baik, pelayanan dari para karyawannya yang ramah dan sopan membuat pengunjung Wisma Nendra ini merasa puas, walaupun sebenarnya SDM nya kurang tapi para karyawan Wisma Nendra ini sudah termasuk cekatan dan sabar dalam setiap melayani pengunjung yang datang.

6. Prosedur dan Persyaratan Bagi Pengunjung pada Wisma Nendra Hotel Syariah

a. Prosedur Menginap

Setiap orang yang menginap di Wisma Nendra Hotel Syariah harus sesuai prosedur yang sudah ditetapkan. Para pengunjung Wisma sebelum menginap, mereka harus menuju ke meja *receptionis* dan menunjukkan kartu identitasnya atau KTP, petugas *receptionis* akan mengecek terlebih dahulu identitas tersebut apakah sudah berstatus suami istri atau belum, jika belum mahram tidak diperbolehkan untuk satu kamar dan lantainya pun dibedakan (satu di bawah, satu di atas), setelah menunjukkan KTP atau identitas, mereka diminta untuk mengisi data pengunjung/buku tamu (Nama, Laki-Laki/Perempuan, Alamat, No. Identitas/KTP, No. HP, Tujuan, Berapa Orang, Tanggal Masuk, Tanggal Keluar, Tanda Tangan). Diharapkan bagi semua pengunjung untuk mengisi data tersebut secara lengkap. Jika sudah mengisi buku tamu, pengunjung nanti akan diberikan kunci kamar oleh petugas *receptionis*. Untuk biaya administrasi, biaya administrasi bisa dilakukan di awal atau di akhir sebelum pengunjung pergi meninggalkan Wisma.

b. Syarat Untuk Menginap

Syarat untuk menginap pada Wisma Nendra Hotel Syariah ini adalah wajib menunjukkan kartu identitas atau KTP, jika tidak membawa KTP, bisa menunjukkan SIM atau kartu identitas lainnya. Bagi pengunjung laki-laki dan perempuan yang

ingin menginap di Wisma Nendra tersebut akan diminta kartu identitasnya atau KTP masing-masing untuk diperiksa oleh petugas *receptionis* terlebih dahulu apakah sudah berstatus menikah atau belum. Jika kartu identitas tersebut belum ada keterangan berstatus menikah, tetapi pengunjung tersebut mengaku sudah menikah, maka bisa menunjukkan bukti lainnya bahwa mereka sudah menikah. Bukti tersebut adalah buku nikah, cincin pernikahan, foto pernikahan, atau surat keterangan sementara dari kelurahan/kecamatan dimana mereka tinggal bahwa mereka sudah resmi menikah. Jika bukti-bukti tersebut tidak ada, maka dari Wisma Nendra Hotel Syariah tidak mengizinkan pengunjung tersebut untuk menginap.

7. Bentuk Fisik pada Wisma Nendra Hotel Syariah

a. Bangunan Warisan

Bangunan pada Wisma Nendra ini sudah berulang kali direnovasi, seperti cat temboknya diganti, dan ditambahkan fasilitas lainnya seperti CCTV, TV, dan AC untuk disetiap kamarnya. Wisma Nendra ini tidak merubah bentuk bangunannya, tetap seperti awal dibangun dengan ciri khasnya yaitu menggunakan kayu dan lantai tegelnya. Wisma Nendra ini tetap mempertahankan bangunan tuanya, tidak seperti hotel-hotel disekitar Wisma Nendra ini yang bentuk bangunannya terlihat menarik, modern, dan terlihat bagus.

b. Pengaruh Terhadap Jumlah Konsumen

Pada bangunan Wisma Nendra ini tidak terlalu mempengaruhi minat konsumen karena bangunan yang terlihat tua, dan terlihat dari luar hotel dengan bangunannya masih menggunakan kayu. Bagi para pengunjung yang tidak menyukai seni atau bangunan lama, mereka akan menganggap bahwa hotel ini adalah hotel lama, angker, dan sudah tua. Jadi bisa dikatakan bahwa bangunan adalah salah satu yang dapat mempengaruhi minat konsumen.

c. Saran dan Kritik Dari Pengunjung

Dari beberapa konsumen yang pernah menginap di Wisma Nendra Hotel Syariah ini pernah memberi pujian bahwa pelayanan pada Wisma ini sangat baik, sopan, dan komunikasinya baik. Bukan hanya saran saja yang didapat, tapi ada kritikan yang didapat, seperti, saat karyawan sedang melayani tamu yang lain, tiba-tiba ada karyawan yang komplain karena fasilitas yang ada di kamar mereka rusak, dan saat ada tamu yang mau menginap di Wisma tersebut, mereka harus menunggu, karena karyawan yang bertugas di *receptionis* sedang melayani tamu lainnya dan sedang memperbaiki fasilitas yang rusak. Dari situlah kadang ada beberapa konsumen yang memberikan kritik kepada karyawan, karena kalau satu orang karyawan itu sangat kurang jika harus melayani beberapa tamu yang menginap di Wisma tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pemasaran pada Wisma Nendra Hotel Syariah dengan menggunakan pendekatan *marketing mix*, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran *marketing mix* yang diterapkan oleh Wisma Nendra Hotel Syariah ini sudah optimal pada teori *product, price, place, process, physical evidence*. Adapun teori pada *marketing mix* yang kurang optimal adalah *promotion* dan *people of participant*, karena *promotion* pada Wisma Nendra Hotel Syariah melalui sosial media yaitu Whatsapp dan Facebook, tidak melalui sosial media lainnya dan tidak bekerjasama dengan akun website apapun. *People of participant* pada Wisma Nendra Hotel Syariah ini juga kurang, karena setiap shiftnya hanya terdapat 1 (satu) karyawan saja.

Saran

Saran dari penulis yang ingin disampaikan adalah *promotion* pada Wisma Nendra Hotel Syariah ini lebih diperluas lagi dan sebaiknya bekerjasama dengan akun website atau travel lainnya dan membuat pamflet atau banner dan brosur untuk disebar ke jalan atau masyarakat umum. Pada Wisma Nendra Hotel Syariah ini sebaiknya ditambah fasilitas lift untuk menuju ke lantai 2 dan 3. Tersedianya genset saat listrik mati. Kebersihan mushola dan dapur lebih diperhatikan dan ditata rapi. Setiap karyawan jangan lupa selalu mengucapkan salam saat ada konsumen yang berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ismayanti dan Syaharuddin. *Analisis Pengelolaan Hotel Al-Badar Syariah Di Kota Makasar*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of Marketing 7e)*. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Meleong, J. Lexy. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widyarini. *Pengelolaan Hotel Syariah Di Yogyakarta*. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga. 2013. *EKBISI*. Vol.VIII No.1.